

1989
ID
10

D.E.S.S en informatique documentaire

Université Claude Bernard-Lyon I

43, Bd du 11 Novembre 1918

69622 Villeurbanne Cedex

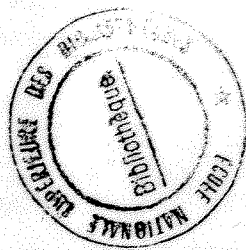
1988-1989

Clarisse Marandin

NOTE DE SYNTHÈSE

LE MARCHÉ DU VÊTEMENT DE SPORT

EN FRANCE



1989

ID

10

sous la direction de M.P. Chriki

D.E.S.S en informatique documentaire

1988-1989

Université Claude Bernard-Lyon I

Clarisse Marandin

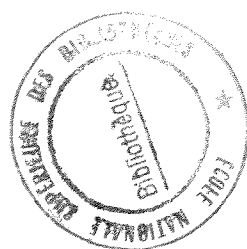
43, Bd du 11 Novembre 1918

69622 Villeurbanne Cedex

NOTE DE SYNTHÈSE

LE MARCHÉ DU VÊTEMENT DE SPORT

EN FRANCE



1989

ID

10

sous la direction de M.P. Chrîki

JE TIENS A REMERCIER MADAME JULIEN QUI M'A PERMIS DE
REALISER CE DOSSIER ET MARIE-PIERRE CHRICKI POUR SON
AIDE PRECIEUSE.

SOMMAIRE

I PRESENTATION DU SUJET

II METHODOLOGIE DE RECHERCHE

- 1) La recherche manuelle
- 2) L'interrogation automatisée
- 3) La recherche auprès d'organismes.

III CONSTITUTION DU DOSSIER.

IV SYNTHESE

V BIBLIOGRAPHIE.

VI ANNEXE

I PRESENTATION DU SUJET

Intéressée par la documentation économique , j'ai contacté madame Julien , responsable du Centre d'Accueil et d'Information des Entreprises de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon qui a bien voulu me confier la réalisation d'un dossier documentaire.

Le centre de documentation propose , en effet, une série de produits à sa clientèle : interrogation de banques de données, forfait documentaire, dossiers documentaires généraux et spécialisés, surveillance de presse. La plupart des dossiers sont constitués pour répondre à la demande ponctuelle d'un client et doivent être réalisés dans des délais assez courts. Cependant les sujets d'un certain nombre d'entre eux sont déterminés par les documentalistes qui font le point sur les questions apparues à plusieurs reprises et susceptibles de devenir importantes du fait de l'évolution de la conjoncture; questions sur lesquelles le centre de documentation ne possède pas encore d'information sous forme synthétique. Ces dossiers sont multiclients et peuvent servir de base à une étude de marché. C'est l'un de ceux-ci que j'ai eu à réaliser et parmi ces 5 sujets: le marché des " articles de sport" , des "vêtements de sport" , des "cosmétiques" , de "la transformation des matières plastiques" , du "tissage et de la soie" , mon choix s'est porté sur " le marché du vêtement de sport en France ".

Disposer d'un bilan sur ce marché est intéressant à plusieurs titres:

tout d'abord, pour en donner une image exacte . L'économie du sport a été dynamisée par l'avènement de la civilisation des loisirs. Le sport-loisirs symbolise un nouveau style de vie et désormais, les vêtements de sport font partie de toutes les garde-robes. Cet engouement avec la médiatisation qui en découle pourraient donner l'illusion de la naissance d'un nouvel Eldorado. Or les répercussions sur ce marché complexe et fragile ne sont pas à la mesure du phénomène. Pourtant , des manifestations telles que les Jeux Olympiques d'hiver qui vont se dérouler en Savoie en 1992 pourraient avoir des conséquences favorables pour lui .Enfin, la Région Rhône-Alpes est particulièrement concernée par ce marché car un nombre important de fabricants et de distributeurs y sont implantés, le tourisme sportif (sports d'hiver) y est très développé et des salons d'importance comme le SIG (salon professionnel international des articles et de la mode des sports d'hiver de Grenoble, 2° salon international après celui de Munich) ont lieu tous les ans. D'où l'intérêt de disposer d'informations sur ce secteur.

Une étude de marché a pour objectif d'améliorer la connaissance du marché de l'entreprise, elle s'appuie sur une étude systématique de la documentation économique existante sur le secteur considéré: il importait donc de collecter des documents et des articles de presse les plus récents possible sur les produits, les fabricants, les distributeurs, les salons et l'environnement de ce marché ainsi que des statistiques sur la production, la consommation, les importations et les exportations des différents produits.

II METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Trois recherches différentes ont été menées: une recherche manuelle exploitant les ressources du centre de documentation de la CCI, une recherche automatisée et enfin, des recherches ont été effectuées auprès d'organismes.

1°) LA RECHERCHE MANUELLE.

La première étape a consisté à déterminer à quelle nomenclature de produits appartiennent les vêtements de sport afin de pouvoir mener une recherche statistique.

Il apparaît après consultation des **NOMENCLATURES D'ACTIVITES ET DE PRODUITS 1973** que ceux-ci sont rattachés aux articles d'habillement (n° de N.A.P.47.).

Ce renseignement a permis l'exploitation de deux annuaires statistiques :

-1'ANNUAIRE DE STATISTIQUES INDUSTRIELLES 1986
du Ministère de l'Industrie.

-1'ANNUAIRE STATISTIQUE DE LA FRANCE (INSEE
1988).

Ces deux ouvrages fournissent les chiffres (en milliers de pièces ou de francs) de la production de vêtements de sport ou de loisirs et cela dans la N.A.P.,47.01 vêtements masculins, 47.02 vêtements féminins et 47.03 vêtements pour enfants.Ces chiffres proviennent tous du Service d'Etude des Stratégies et des Statistiques Industrielles (SESSI) du Ministère de l'Industrie.On peut leur reprocher de ne pas donner une vue complète de la production car ils ne prennent en compte que les résultats des entreprises employant 20 salariés et plus, en outre ,pour un certain nombre de vêtements (par exemple les survêtements) une partie de la production reste confidentielle.

Il fallait donc compléter ces chiffres et pour cela, les listes des différentes études sectorielles (émanant de bureaux d'études spécialisés) reçues par le centre de documentation ont été dépouillées :

les "**Analyses de secteurs**" de la DAFSA (Documentation et Analyse Financière Société Anonyme) n'ont pas donné de résultats intéressants , la seule référence trouvée, " l'industrie de l'habillement en Europe" datant de 1981. Quant aux prévisions du BIPE (Bureau d'Information et de Prévisions Economiques) dans "**La France de l'Europe de 1993**", volume 3 ,le secteur de l'habillement est bien étudié mais sur 24 pages, quelques lignes seulement sont consacrées aux vêtements de sport. Seules deux études "**Profils sectoriels**" de PRECEPTA , conseil et analyses stratégiques, ont fourni des chiffres permettant de situer la production , la consommation , les importations et les exportations de vêtements de sport par rapport aux autres vêtements. Les sources sont ici plus larges puisqu'elles proviennent pour une part bien sûr du SESSI mais également de la **Fédération française du vêtement masculin** , de la **fédération du prêt-à-porter féminin** , du CTCOE (Comité Textile de Conjoncture et d'Observation Economique) .

Des chiffres sur l'environnement de ce marché restaient à trouver: plus particulièrement sur la pratique sportive des Français , les caractéristiques de leur consommation de vêtements. Et cela, afin de pouvoir étudier les corrélations entre les pratiques de sport-loisirs et les comportements d'achat des Français. Ce sont essentiellement les publications de l'INSEE qui ont apporté les éléments recherchés:

-l'**Annuaire statistique de la France 1988** , dans la section tourisme a fourni les chiffres sur la répartition des séjours en France pour les vacances d'été , d'hiver, le taux de départ en vacances , le nombre de fédérations olympiques. En consultant le catalogue des publications de l'INSEE, les références de deux enquêtes de la série ménages sont apparues intéressantes: l'une porte sur

-"**l'Evolution de la pratique sportive des Français de 1967 à 1984** "

et l'autre traite de

-"**l'Habillement: dépenses et points de vente en 1984** "

La lecture de la bibliographie contenue dans chacune de ces enquêtes a permis la découverte d'une 3° référence : il s'agit d'un article publié dans **Economie et statistiques** intitulé "l'habillement et le corps " dont toute une partie est consacrée au comportement des sportifs en ce qui concerne leurs achats de vêtements.

Une dernière référence sur cette question a été trouvée dans **SPORT PREMIERE MAGAZINE** , magazine professionnel de la distribution et de l'industrie sport-loisirs. Le numéro de mars-avril 89 avait été commandé sur les conseils du centre d'information de la FIFAS (Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs) pour répondre à une question sur certaines fibres entrant dans la composition des vêtements de

sport. Un article synthétique sur la pratique sportive des français s'y trouvait.

La recherche de statistiques a été satisfaisante mais comme nous le verrons plus loin, il semble que les références les plus intéressantes proviennent d'articles découverts grâce à l'interrogation de la banque de données Delphes.

La seconde grande étape effectuée a consisté à rechercher dans la 4^e et 5^e édition du "**Vocabulaire économique -système D.E.S.**" ("Documentation économique synchronisée") les descripteurs correspondant au domaine visé.

Le "Vocabulaire économique -système D.E.S" a été mis en place par le Centre de Documentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris pour permettre l'analyse et l'indexation des documents économiques. Deux tomes le composent: le tome 1 est un thésaurus matière et le tome 2 un thésaurus géographique. La cinquième édition datant de 1988 comporte trois parties:

-Un plan de classification décimale composé de neuf titres ou chapitres (1 information et informatique, 2 Economie, 3 Droit, 4 Gestion de l'entreprise, 5 Finances, 6 Secteurs économiques, 7 Questions sociales, 8 Enseignement et recherche, 9 Sciences.)

-Une liste thématique des descripteurs reprenant le plan de classification décimale et présentant les descripteurs, leurs indices et les termes associés.

-Une liste alphabétique des descripteurs indiquant l'indice du plan de classification correspondant, le terme générique dont ils dépendent et les relations établies avec d'autres mots.

Les descripteurs et indices permettent d'interroger la banque de données Delphes mais aussi de consulter le catalogue matières et les dossiers constitués par le centre de documentation de la chambre de commerce: le classement est, en effet, effectué à partir des indices. Si je veux vérifier par exemple qu'aucune étude sur l'habillement ne m'a échappé, je consulte la liste alphabétique des descripteurs: le descripteur est "habillement" auquel a été attribué l'indice 6.2750.1. En consultant le catalogue à cet indice, je retrouve les études Précepta décrites plus haut. Les autres descripteurs sélectionnés ont été: sport (indice 7.514), sport d'hiver (7.5141), sport nautique (7.5142), vêtement de sport (6.2750.6 dont le terme générique est habillement). Le catalogue ne comportait aucune fiche à l'indice 6.2750.6, en revanche des dossiers de presse avaient été constitués pour le sport, les sports d'hiver et les sports nautiques. C'est surtout le dossier sport qui a fourni quelques renseignements et documents exploitables. Les dossiers contiennent des articles provenant du dépouillement de périodiques pour la revue de presse et différents documents reçus par la chambre sur le domaine concerné (publicités pour des banques de données, exemplaires de bulletins ou lettres de fédérations). En ce qui concerne la mise à jour, les documentalistes me fournissaient les articles

rencontrés au cours de la revue de presse .Douze articles pertinents ont été ainsi réunis.Ceux-ci proviennent en majorité des publications régionales (Le Monde et le Figaro Rhône-Alpes,Le Progrès...) et portent essentiellement sur les salons, la distribution et les industries rhône-alpines.Les dossiers et les statistiques permettent d'avoir une première vue d'ensemble sur le sujet.Et un premier bilan peut être établi: le dossier comportera un chapitre de statistiques , un chapitre sur le marché des différents produits , un chapitre sur la distribution.

Il faut maintenant établir une partie "renseignements utiles"qui présentera les adresses des fédérations et groupements professionnels, des fabricants , des distributeurs , les dates et adresses des principaux salons ,une bibliographie offrant les références d'annuaires , de revues et de bulletins professionnels.

Pour cela différents moyens ont été employés:je me suis adressée aux informateurs du centre de documentation de la CCI,plus particulièrement chargés de diffuser l'information à partir des annuaires et des fichiers d'adresses, pour obtenir l'annuaire **FRANCE-SPORTS, ANNUAIRE DES ARTICLES DE SPORT , CAMPING , PECHE ET CHASSE** qui contient les références des fabricants et importateurs , des produits fabriqués , des marques de fabrique, des distributeurs , des détaillants.Par ailleurs , je m'étais rendue au SIG à Grenoble et j'avais obtenu l'**ANNUAIRE DU SIG ET DE L'EUROPE DU SPORT** qui offre une liste alphabétique des exposants avec leurs adresses ainsi qu'une liste par spécialités des produits exposés.Un autre annuaire , celui de la FIFAS est venu compléter ces deux premiers documents.. Ces annuaires présentent quelques inconvénients: les annuaires du SIG et de la FIFAS sont d'un usage simple mais ils ne sont pas exhaustifs puisque l' on n'y trouve que les adhérents et exposants.L'annuaire FRANCE-SPORTS est plus complet ;cependant comme il est consacré aux articles de sport en général, les informations relatives aux vêtements de sport sont disséminées dans différentes rubriques , il faut donc analyser l'index méthodiquement.

Pour obtenir les renseignements sur les salons , j'ai utilisé le numéro spécial du MOCI consacré aux foires et salons français, **Guidexpo** , un document de la CCI répertoriant les foires et salons de la région ; à la Chambre de Commerce internationale , j'ai consulté un autre numéro spécial du MOCI consacré cette fois aux salons étrangers. La principale difficulté rencontrée a été de discerner quels étaient les salons qui pourraient offrir un département vêtements de sport car contrairement au numéro du MOCI international ,les autres guides ne donnent pas de précisions sur les produits concernés.C'est la lecture d'articles trouvés grâce à l'interrogation de la banque de données Delphes et dans les dossiers de presse qui aidera à choisir les plus représentatifs.

Les références des groupements et fédérations professionnelles proviennent pour l'essentiel de l'**annuaire du Conseil National du Patronat français 1987-1988** l'index a été consulté à 'articles de sport ' et 'habillement'. Comme pour les salons, ce sont les références trouvées dans les annuaires professionnels et les articles qui ont permis d'établir quels étaient les fédérations et groupements intéressés.

Quant à la bibliographie , elle reprend les annuaires décrits plus haut , les principales revues répertoriées à partir des références provenant des interrogations de la banque de données , des lettres et des bulletins des différents organismes.

Les deux dernières démarches devaient permettre de combler les lacunes laissées par la recherche manuelle et d'étoffer les parties traitant des produits , des entreprises , de la distribution et des matières premières.

2°) L'INTERROGATION AUTOMATISEE

Ce sont deux banques de données bibliographiques du serveur G.CAM qui ont été interrogées:

-HERACLES : " banque de données bibliographique mondiale sur le sport en langue française" dont le producteur est Superdoc (réseau de centres de documentation spécialisés, CREPS, Ureps), le langage d'interrogation est le langage G.CAM/BRS. En 1986, elle contenait 25 000 références et elle connaît un accroissement annuel de 5 000 références. Son domaine est celui des sciences et techniques des activités physiques et sportives.

L'équation de recherche VETEMENT\$1 a fourni 48 réponses, les 10 premières ont été visualisées. Pas une n'était pertinente. Le vêtement de sport est ici surtout envisagé sous son aspect protecteur ou technique. Ces informations pourraient intéresser un fabricant de vêtements par exemple mais dans l'optique du dossier ce point de vue est trop spécifique.

-DELPHES : c'est la plus importante banque de données bibliographique d'information économique française : elle contient en 1988 , 300 000 références dont les plus anciennes datent de 1980.Elle est produite par un ensemble de producteurs regroupés en deux réseaux : le réseau Grappe (les chambres de commerce locales et régionales ...) et le réseau Isis (CCI de Paris ,écoles de commerce ...).

Les descripteurs et indices employés sont ceux du "Vocabulaire économique -système D.E.S" tome 1 que nous avons présenté plus haut.Un tableau résume les questions posées et les résultats obtenus.

QUESTIONS	REponses	VISU	PERTINENTES
1 VETEMENT ADJ SPORT.DE.	196		
1 et @DATE>198612	74		
1 et @DATE>198708	42	42	19
mise à jour			
2 VETEMENT ADJ SPORT.DE.	201	6	3
3 6.2750-62 .DE. (maillot de bain)	39	20	7
4 6.2750.61 .DE. (survêtement)	22	22	4
5 SPORT\$ et PLONGEES	13	5	1
6 K ADJ WAY	6	6	2
7 LACOSTE	57		
7 7 et 6.27\$	16	10	2
8 HECHTER	23	10	0
9 ELLESSE	7	7	1
10 FRANCITAL	2	2	0
11 MONCLER	2	2	1
12 SOLEILLANT	0		

13 SOPROGOLF	0		
14 DUARIG	1	1	1
15 VITOS	17	10	0
16 ARENA	7	7	0
17 TRIGANO	56		
17 et 6.27\$	1	1	0
18 GO ADJ SPORT.TI.	23		
18 etDELPHES-E.DO.	17	10	3
19 DECATHLON.TI.	1		
19 DECATHLON	13		
19 et @DATE>198712	2	2	1
20 ATHLETE\$2 ADJ FOOT	2	2	1
21 DISPORT.TI.	1	1	1
22 SPAO.TI.	2	2	0
23 HUTTE.TI.	8	8	1
24 SPORT ADJ 2000	3	3	2

- .DE.: champ descripteur
 - .TI.: champ titre
 - \$: troncature
 - DELPHES-E.DO. :domaine entreprise de la base
- L'interrogation a fourni environ 50 références.

L'équation de départ assez générale a permis de trouver de nombreuses références mais il a fallu poser des équations plus précises pour obtenir les références de documents sur le maillot de bain ou le survêtement et sélectionner le domaine entreprise DELPHES-E.DO. de la base pour interroger avec le nom de quelques fabricants ou distributeurs.

3°) RECHERCHE AUPRES D'ORGANISMES

Ne possédant qu'un article sur les fibres textiles alors que l'information sur les différentes matières composant les vêtements de sport me semblaient très importantes, j'ai contacté le centre d'information de la FIFAS (Fédération française des industries du sport et des loisirs) .

La FIFAS est, en effet, l'un des principaux organisateurs du SIG au cours duquel se déroulent depuis quelques années ,les conférences Techmatex et se tient un espace du même nom qui sont l'occasion de bilans sur les nouveautés textiles.J'ai demandé si des documents pouvaient m'être fournis sur les tissus et fibres des vêtements de sport

en général et sur quelques fibres comme le kevlar en particulier. La documentaliste m'a affirmé qu'elle ne pouvait me fournir de documents sur ces sujets mais que le numéro de mars-avril 89 de SPORT PREMIERE MAGAZINE comportait des fiches sur la question. Le contenu de ces fiches s'est révélé assez décevant: elles traitaient de la maille isolante des sous-vêtements de sport et de la fourrure polaire. Une interrogation de Delphes sur les fibres techniques n'ayant fourni aucune référence, j'ai également tenté de contacter l'Institut Textile de France à Ecully. Au moment de la rédaction de ce projet, je ne peux pas encore tirer de conclusions sur l'intérêt de cette démarche.

La recherche a été satisfaisante pour tous les produits sauf pour les fibres et les tissus. C'est la recherche automatisée qui a fourni le plus grand nombre de références pertinentes.

Les difficultés rencontrées proviennent de l'évolution subie par le produit étudié: on assiste, en effet, dans le monde du sport actuel à une véritable atomisation des disciplines et à un glissement vers le sport-loisirs ce qui fait éclater le marché en multiples segments. Les produits doivent être ciblés en direction de différentes clientèles: pour les adeptes du sport "technique", pour ceux du sport "mode branchée" et pour ceux qui sont plus tournés vers le jeu, les loisirs. Le vêtement de sport se banalise (cf les chemises Lacoste) et la frontière entre le vêtement de sport, le sportswear et le vêtement de tous les jours est de plus en plus difficile à discerner. Il a donc toujours fallu rechercher des éléments à la fois dans le domaine des articles de sport et dans celui de l'habillement. Un article de SPORT PREMIERE MAGAZINE intitulé "Identité sport" rend compte des difficultés entraînées par ce phénomène: pour l'INSEE, il suffit qu'un magasin de sport réalise 50% de son CA dans les chaussures et les vêtements de sport pour qu'il bascule du code APE 6447 (magasin de sport) au code 6411 (magasin de vêtements). Ce problème s'est particulièrement fait sentir quand il a fallu déterminer quels étaient les salons concernés par ces différents produits ou lors de l'interrogation de la banque de données.

III CONSTITUTION DU DOSSIER

Comme nous l'avons vu plus haut, ce dossier peut servir de base à une étude de marché et cela impose déjà une certaine typologie que le regroupement des articles au fur et à mesure de la recherche est venu affiner.

Le dossier comporte 4 parties:

I LES PRATIQUES DE SPORT ET LOISIRS DES FRANCAIS ET LE MARCHE DU SPORT.

- 1) Pratique sportive et comportement d'achat.
- 2) Le marché du sport.

II LE MARCHE DU VETEMENT DE SPORT.

- 3) Statistiques.
- 4) Le marché du vêtement de sport d'hiver.
- 5) Le marché des autres vêtements.

III LA DISTRIBUTION.

IV RENSEIGNEMENTS UTILES.

- 6) Adresses des fabricants , des groupements de détaillants et des centrales d'achat.
- 7) Fédérations et groupements professionnels.
- 8) Organismes.
- 9) Salons.
- 10) bIbliographie.

En règle générale, les critères de sélection des articles ont été:

- leur date: elle devait être la plus récente possible de préférence postérieure à 1987.

- leur importance: les articles de fonds ont été privilégiés bien que dans le domaine du vêtement de sport, on trouve une multitude de petits articles; cela provient du manque d'homogénéité de ce marché et de sa composition: en effet, la grande majorité des entreprises sont des P.M.E., il existe peu de fabricants de grande taille à part K WAY et quelques autres.

Les documents de l'INSEE ont finalement peu été utilisés: aux tableaux de données brutes ont été substitués des articles d'analyse du marché du sport et du vêtement de sport (trouvés à la suite de l'interrogation de Delphes).

De même, un rapport de la revue **MARKETING IN EUROPE** d'août 88 (référence provenant également de Delphes) présentant toutes les statistiques sur ce marché sous forme de tableaux commentés a avantageusement remplacé les statistiques des différents annuaires.

- La constitution des chapitres consacrés au marché des vêtements de sports d'hiver, au marché des autres vêtements et à la distribution ont posé quelques problèmes dus aux documents utilisés et à l'impératif de date récente. Les articles de presse présentent, en effet, quelques inconvénients : si un fabricant par exemple, réalise une augmentation de capital ou crée un événement, un nombre important d'articles lui seront consacrés tandis que l'on ne trouvera rien sur son concurrent. Il est alors difficile d'établir un équilibre. Des redondances sont, en outre, inévitables et il est rarement possible de séparer les éléments d'un même article pour les répartir dans les parties adéquates.

- Enfin, dans la perspective d'une mise à jour du dossier les sources les plus pertinentes semblent être:

* LSA (LIBRE SERVICE ACTUALITES)	11 articles
* BOUTIQUES DE FRANCE	4 articles
* LE JOURNAL DU TEXTILE	4 articles
* POINTS DE VENTE	4 articles
* SPORT PREMIERE MAGAZINE	3 articles

Après la collecte des informations, leur mise en forme, la dernière tâche à effectuer est la vente du produit documentaire:

- la rédaction d'un argumentaire de vente diffusé par mailing a été le principal moyen employé. (l'argumentaire est présenté en annexe.).

- environ 200 commerçants, grossistes, distributeurs et fabricants du département du Rhône, sélectionnés dans le fichier de la CCI, ont reçu cet argumentaire.

- Résultats: 3 mois après l'envoi de l'argumentaire, 3 dossiers ont été vendus.

- * grâce au mailing: - 1 à un grossiste
- 1 à un fabricant
- * par vente directe à la CCI:
- 1 à un fabricant suisse

Seuls les commerçants ne sont pas représentés.

IV SYNTHÈSE

Le sport est à la mode: selon les statistiques de l'INSEE, 48% des Français auraient pratiqué un sport en 1988. Ce phénomène pourrait faire croire que le marché du sport est florissant. Or la réalité est plus contrastée.

Après une période de forte expansion, la consommation d'articles et de vêtements de sport stagne. Dans un article de Tertielle de juillet-août 89, il est même affirmé "qu'aujourd'hui le sport est devenu un secteur à haut risque". Quelle est la situation exacte du marché du vêtement de sport?

Ce marché est difficile pour plusieurs raisons:

- la frontière entre les vêtements de sport et les autres vêtements est de plus en plus floue. En effet, les fabricants produisent de plus en plus des vêtements multi-usages afin de contourner la crise. Par ailleurs, l'imperfection de la codification de l'INSEE en matière de distribution illustre le problème: les magasins de sport sont comptabilisés parmi les boutiques ou les chausseurs.

- les goûts des consommateurs ne sont pas aisés à cerner: le comportement d'achat est soumis aux aléas de la météorologie et à des engouements plus ou moins passagers pour des sports de plus en plus variés.

Néanmoins, deux éléments peuvent se révéler positifs pour ce marché:

- le "sport-loisirs" est devenu le symbole d'un style de vie, d'un souci de santé et de bien-être qui favorisent l'achat de vêtements de sport en dehors de toute pratique sportive.

- les Jeux Olympiques qui se tiendront en Savoie en 1992 suscitent l'espoir de voir la consommation décoller.

description du marché:

Les vêtements de sport représentent 10% du chiffre d'affaires de l'habillement et sont produits par 600 entreprises employant environ 30 000 personnes.

Le marché le plus important est celui des vêtements de sport d'hiver suivi de celui des survêtements (27,8 millions de pièces consommées en 1987) et enfin, de celui du maillot de bain (18,3 millions de pièces consommées en 1987).

La production française de vêtements de sport pour hommes, femmes et enfants s'est élevée à 27,3 millions de pièces en 1987. Les fabricants de vêtements de sport français doivent faire face à la concurrence des pays du sud-est asiatique et du pourtour méditerranéen. Les échanges sont généralement déficitaires excepté pour des produits comme les maillots de bain. Délocalisation et innovation sont les deux moyens employés par les fabricants français pour lutter contre cette concurrence.

Pour les fabricants comme pour les commerçants , les deux dernières saisons ont été rudes. On assiste donc à une vague de restructurations et de concentrations.

La distribution dans ce secteur traverse une période difficile: outre la morosité du marché, une forte concurrence oppose les petites surfaces spécialisées dont la part de marché ne cessent de décroître aux grandes surfaces spécialisées et aux hypermarchés.

Contrairement aux années où le marché du vêtement de sport représentait un Eldorado et où l'on assistait à un nombre très important d'ouvertures de magasins, l'heure serait plutôt à la rationalisation et à la prudence.



BIBLIOGRAPHIE

A part celles des annuaires , les références sont présentées selon leur ordre d'apparition dans les différents chapitres du dossier. Quelques références d'articles brefs ou non signés ne sont pas mentionnées ici.

Les références des périodiques sources sont imprimées en gras car celles-ci peuvent être importantes dans la perspective d'une mise à jour du dossier. Elles offrent , en effet, plus d'intérêt que les noms d'auteurs et les titres d'articles qui seront rapidement périmés.

I ANNUAIRES

1) ANNUAIRES PROFESSIONNELS

1- FRANCE-SPORTS : annuaire des articles de sport, camping, pêche et chasse. FRANCE-SPORTS. 18 ème édition. 1988. Paris: CEPP. 1988.

2- ANNUAIRE DU SIG ET DE L'EUROPE DU SPORT .1^o édition. 1989. Paris : ASCO.

3- ANNUAIRE 1989. FIFAS (Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs).

4- CONSEIL NATIONAL DU PATRONAT FRANCAIS (CNPF): annuaire officiel 1987-1988 . Paris: UFAP. 1987.

2) ANNUAIRES STATISTIQUES.

1- NOMENCLATURES D'ACTIVITES ET DE PRODUITS 1973 (N.A.P.73). Ministère de l'Economie des Finances et de la privatisation. 1987-n°1402-I. Paris: éd. des Journaux officiels. ISBN 2-11-071816-1. ISSN 0767-4538.

- INDEX DES NOMENCLATURES D'ARTICLES ET DE PRODUITS 1973. Ministère de l'Economie des Finances et de la privatisation. 1986-n°1402-II. Paris: éd. des journaux officiels. ISBN 2-11-071787-4. ISSN 0767-4538.

2- ANNUAIRE DE STATISTIQUES INDUSTRIELLES 1986. Ministère de l'industrie, des P et T et du tourisme, SESSI. 39ème éd. 1985. Chiffres et documents, série industrie. ISSN 0071-8211.

3- ANNUAIRE STATISTIQUE DE LA FRANCE. Ministère de l'Economie, des Finances et du Budget. INSEE. n° 35- 1988. ISBN 2-11-065161-X.

II LES PRATIQUES DE SPORT ET LOISIRS DES FRANCAIS ET LE MARCHÉ DU SPORT.

1- Les sports éclatés. LSA , 26-08-88, n°1126, p 65-68.

2- MESSILI, P.. La pratique sportive, où est le marché qu'on vous promet? . SPORT PREMIERE MAGAZINE, mars-avril 89, n° 97, p 77-78-80.

3- HERPIN, N..L'habillement et le corps. ECONOMIE et STATISTIQUES, INSEE, février 87, n°196, p 55-62.

4- WLADIMIR, A..La France, le sport et l'industrie: un risque de déclin. LE MONDE, 13-09-88, p 33,36.

5- AMBROGELLY, M.P, FARROUCH, H. Les industries du sport: à vos marques. POINTS D'APPUI POUR L'ECONOMIE RHONE-ALPES, INSEE, mars 1985, n°32, p 7-10.

6- SISEL SPORT: comment faire la course en tête. ICF (Indicateur du commerce français), novembre 88, p 30-32.

III LE MARCHÉ DU VETEMENT DE SPORT.

A) STATISTIQUES.

1- Profils sectoriels: la confection masculine. PRECEPTA, juillet 1988.

2- Profils sectoriels: la confection féminine. PRECEPTA, août 1988.

3- La France de l'Europe de 1993: prévisions glissantes détaillées. BIPE , vol.3, 1988.

4- HERPIN, N, KASPARIAN, L. L'habillement: dépenses et points de vente en 1984. INSEE, mai 1987, n°123 série M.

5- Sportswear in France: special report n°1. MARKETING IN EUROPE, august 1988, n°309, p58-84.

B) LE MARCHE DU VETEMENT DE SPORT D'HIVER.

- 1- Mode sportive: couleur et technicité. LSA, 03-03-89, n°1153, p 83-84.
- 2- KOSCELNIAK, A.. Les détaillants de sport se ruent sur le sportswear. JOURNAL DU TEXTILE, 20-02-89, n° 1147, p 24-26.
- 3- FRANCILLON, C.. L'industrie du vêtement de ski contrainte à des restructurations. LE MONDE, 17-03-89.
- 4- REYDET, P.. Les industries de sports d'hiver: l'emploi sur la mauvaise pente. POINTS D'APPUI POUR L'ECONOMIE RHONE-ALPES, INSEE, mars 1989, n°52, p 7-9.
- 5- DYBICH, CH.. Le manque de neige met les entreprises sur la paille. LYON FIGARO-ECONOMIE, 20-03-89, p 35-36-37.
- 6- LAGOUTTE, CH.. Degré 7, au chaud et en couleurs. LE FIGARO-ECONOMIE, 10-10-88, p 21.
- 7- DYBICH, CH.. Patrick Vallençant se retire de Degré 7. LYON FIGARO, 10-03-89, p 25.
- 8- CHEREL, L.. Millet, sac à terre. LE MONDE AFFAIRES, 08-04-89, p 21.
- 9- LEBOUCCQ, V.. Sergio Tacchini reprend V de V. LES ECHOS, 09-03-88.
- 10- Lutha France : l'enthousiasme. MOCI, 09-05-88, n°815/9, p 51.
- 11- Produits nouveaux: des matières intelligentes. PROGRES, 23-02-88, p 6.

C) LE MARCHE DES AUTRES VETEMENTS DE SPORT.

- 1- Survêtements et joggings: un marché confus. LSA, 23-10-87, n°1087, p 123-126.
- 2- Survêtements et joggings: c'est la femme qui achète. LSA, 05-09-87, n°1080, p 113-115.
- 3- DREIDEMY, P.. Crait: stratégie de pointes. LE FIGARO ECONOMIE, 28-03-88, p 16.
- 4- Tennis business. LE TOUT LYON-MONITEUR JUDICIAIRE, 29-01-87, p 4-5.
- 5- MARHADOUR, J. Le crocodile n'a pas fini de mordre. JOURNAL DU TEXTILE, 03-03-86, n°1040, p 61-63.
- 6- DE BROQUA, A, LAGOUTTE, CH.. Devanlay: les ambitions de Léon Cligman. FIGARO-ECONOMIE, 27-02-89, p 4-6.
- 7- DEMOINET, D.L.. Le deux pièces revient en moins de deux. JOURNAL DU TEXTILE, 10-10-88, n° 1130, p 23-25.

8- Table ronde maillot de bain. BOUTIQUES DE FRANCE, août 88, p 33-35.

9- PEREZ, D.. Les professionnels brassent des idées. BOUTIQUES DE FRANCE, août 87, p 24-26.

10- TAQUET, S..Maillot: la pub dans le bain. BOUTIQUES DE FRANCE, août 87, p 26-28.

11- ROCHE, F.. K WAY, comment triompher des vents contraires. TERTIEL, juillet 87, n° 16, p 12-16.

12- LEROY, JP..K WAY crée un réseau de distribution sélective. JOURNAL DU TEXTILE, 24-10-88, n°1132.

13- LE BLOAS, A. Cotten, cirés, vêtements de mer et de pluie. LE TELEGRAMME, 23-02-88, p 4.

14- Marlboro habille l'Europe. FIGARO ECONOMIE, 16-05-88, p 19.

IV LA DISTRIBUTION.

1- GRAVAUD, E. Identité sport. SPORT PREMIERE MAGAZINE, mars-avril 89, n°97, p 156-157.

2- Ouvrir une boutique d'articles de sport. ICF, 1984, hors série, p 117-126.

3- Sports: match serré entre grande distribution et indépendants. PROGRES ECONOMIE, 12-01-88, p 7.

4- Dossier, rayon sport. POINTS DE VENTE, 15-11-88, n° 353, p 104-110.

5- Le match des hypers du sport. L'EXPANSION, 23-09/06-10-88, p 186-187-189.

6- Un peloton de champions. LSA, 26-08-88, n° 1126, p 68-71.

7- GO SPORT: la folie du sport. LSA, 18/25-12-87, n° 1095-1096, p 81-84.

8- DEUMIER, F.. Jean-Noël Reinhardt: un pragmatique chez GO SPORT. POINTS DE VENTE, 15-01-86, n°294, p 61-63.

9- DAGUES, M.C..Interview de J.Krauze. SPORT PREMIERE MAGAZINE, le quotidien spécial SIG, 16-03-89, p 8.

10- Athlete's foot: l'informatique au but. POINTS DE VENTE, 15-01-86, n°294, p 61-63.

11- GENY, J.F.. DISPORT a retrouvé son tonus en Lorraine. POINTS DE VENTE, 15-03-86, n°298, p 30-31.

12- INTERSPORT voit plus grand. LSA, 03-06-88, n°1119, p 33-34.

13- Hiver 88-89: dure compétition. LSA, 17-03-89, n°1155, p 43-44.

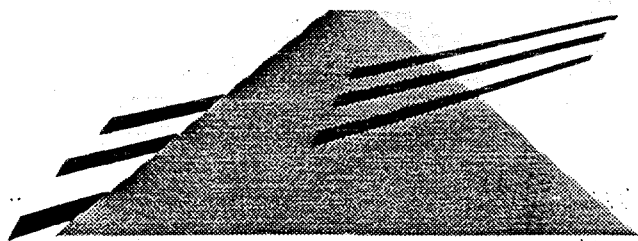
V RENSEIGNEMENTS UTILES

1- Foires et salons 89. MOCI, 10-10-88, n° 837.

2- Foires et salons à l'étranger 89. MOCI, 10-10-88, n° 840.

3- GUIDEXPO 89: salons, foires, services. 1989, B+ éditions: Paris.

ANNEXES



INFORMATION-CONSEIL

Centre d'Accueil et d'Information des Entreprises
21 rue de la République 69289 Lyon Cedex 02 - Tél. 78 38 10 10

DEMANDE DE DOCUMENTATION

A retourner à l'adresse ci-dessus

SOCIETE :
NOM :
ADRESSE :
Téléphone : Télécopie :

Documentation :


DOSSIER DOCUMENTAIRE - Thème : _____ 800,00 F HT*
GENERAL
FORFAIT DOCUMENTAIRE - Thème : _____ 400,00 F HT
DOSSIER DOCUMENTAIRE - Thème : _____ 1.500,00 F HT
SPECIALISE


Logiciel d'une Banque de Données :

CHES - Thème : _____ 200,00 F HT
(bibliographique)
des bases - Thème : _____ selon devis
(préciser)

Abonnement de presse (veille économique) :

_____ 6 mois 1.000,00 F HT
1 an 1.800,00 F HT

Ci-joint règlement 

à facturer 

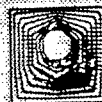
CACHET DE L'ENTREPRISE

Date :

SIGNATURE

* T.V.A. : 18,6%

CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE LYON





CONNAITRE SON MARCHÉ

"LE MARCHÉ DU VÊTEMENT DE SPORT EN FRANCE"

Les vêtements de sport représentent 10% du chiffre d'affaires de l'habillement. La production de vêtements de sport pour hommes, femmes et enfants s'est élevée à 27,3 millions de pièces en 1987.

Les français sont de plus en plus sportifs : trois français sur quatre feraient du sport. Le souci de bien-être, par ailleurs, favorise l'achat de vêtements de sport en dehors de toute pratique sportive.

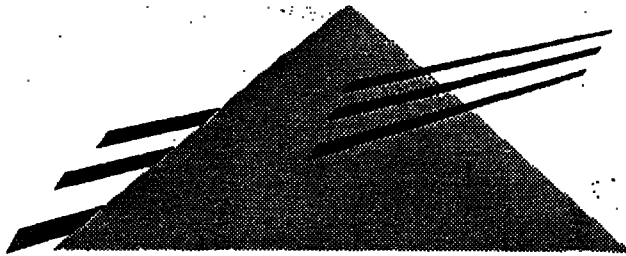
Le marché semble se stabiliser après avoir connu une période de forte expansion. Les Jeux Olympiques d'Hiver qui se tiendront en Savoie en 1992 pourraient à nouveau stimuler ce marché.

Le marché global et par produits (vêtements de sport d'hiver, survêtements, maillots de bain, vêtements de danse...), quelques entreprises, la distribution, les adresses utiles, les salons sont présentés dans le dossier documentaire de 206 pages que vous propose le Centre d'Accueil et d'Information des Entreprises de la Chambre de Commerce et d'Industrie de LYON sur :

LE MARCHÉ DU VÊTEMENT DE SPORT EN FRANCE

Ce dossier documentaire est en vente actuellement au coût de 800,00 F HT (ci-joint le bon de commande).





INFORMATION-CONSEIL

Centre d'Accueil et d'Information des Entreprises
21 rue de la République 69289 Lyon Cedex 02 - Tél. 78 38 10 10

BON DE COMMANDE

A retourner à l'adresse ci-dessus



SOCIETE :
 NOM :
 ADRESSE :
 Téléphone : Télécopie :

Veillez m'adresser le Dossier Documentaire intitulé :

"LE MARCHE DU VETEMENT DE SPORT"

Au prix unitaire de 800,00 Francs HT (*)

Ci-joint règlement par : chèque bancaire
 chèque postal

CACHET DE L'ENTREPRISE A : Le :

SIGNATURE :

(*) T.V.A. : 18,6%





* 9 5 7 3 4 2 4 *

Q